

IMK model på Coca Cola julereklame

Afsender:

- Coca Cola er den primære afsender af reklamen, da de lægger navn, logo, produkt mm. til.
- W.B. Doner er den sekundære afsender, da de har produceret reklamen eksternt for Coca Cola.

Modtager:

- Primære modtager ville være børnefamilier. Reklamen stimulere primært børn, men der vil også være stimulanser fokuseret på de voksne. Ift. Stimulanser til børnene ser man det i form af et stort og flot julelandskab, der er masser af farver, lys og stjerner. Yderligere er der mange klip af børn der griner, og drikker cola. Stimulanserne til forældrene er mere begrænsede, men baseret omkring familie-relationer. Det kunne fx være klippet hvor faren lægger armen over sin søn – ”Du kan opnå sådan en relation med dit barn!” – hvis du køber cola.
- Forældrene kunne også argumenteres for at være sekundære modtager, da de er ”enableren” for børnene til at få cola.

Tekst:

Få en god jul igennem coca cola. Cola er hvad der er med til at skabe julen's hygge.

Referent:

Selve cola flasken, men potentielt også julehyggen. Det ser vi gennem kontraster med de røde og hvide farver – Den hvide sne, kulde, skulle sætte lys op i mørke – så kommer det røde og cola, med alle sine farver og sin varme og der kommer julestemning.

Koden:

International/vestlig – engelsk sang, fokus på jul og juleferie.

”Holiday is coming” – Det er en stor opbygning for julen som vejer meget i fx det danske.

Kontekst/kultur:

Familiemennesker i den vestlige verden op til jul.

Medier:

95'erne var begrænsede. Der var TV-reklamer, man sidder med familien i en sofa og ser det sammen.

Coca Cola forsøger (sikkert) at ramme målgruppen imens de netop sidder med familien, bliver stimuleret af julestemningen, de varme farver der fjerner de kolde, og hvordan familien knytter sig over julestemningens røde farver og cola.

Genre:

- Der er kulturelle forskelligheder i reklamen
- Store lastbiler ses ikke i Europa modsat USA
- Vestlige lande med knap så meget sne
- Sangen er på engelsk. Dette var specielt et problem i 95'erne hvor engelsk var mindre udbredt.
- Kommunikationens formål
- Salg
- Afkode julereklame hurtigt grundet farver
- Genkende det er coca cola (måske fordi vi har set reklamerne i mange år, kontra hvad de havde i 95)